Opinión Pública no es Opinión Publicada

“El valor es, de hecho, una expresión del poder: quien ostenta el poder (que a menudo no es quien gobierna) decide lo que es valioso”… (Castells, 2009)

En la clase pasada estuvimos reflexionando sobre la forma comos e consigue el consenso en la sociedad. En esta ocasión profundizaremos en el tema, cuya incidencia en kla opinión pública es importante, dado que ésta tiene como base el intercambio de significados que surgen de la relación entre los valores que defienden los distintos grupos sociales que participan de la opinión pública.

Como introducción, cada uno de ustedes revisará los siguientes sitios web para contestar a las preguntas que el sociólogo Manuel Castells se hace en su libro “[Comunicación y poder](http://www.alianzaeditorial.es/cgigeneral/newFichaProducto.pl?obrcod=2065140&id_sello_editorial_web=34)”:

“¿qué es valor?”

Para responder a esta pregunta, describirás los siguientes aspectos de cada uno de los sitios web que te proporcione el docente:

¿Qué tipo de contenidos se publican en dichos sitios web?

¿Qué perfil de personas consideras que leen o participan en dichos sitios web?

¿Qué tipo de anuncios, de qué productos, se presentan en dichos sitios web?

¿Qué objetos, actitudes, productos se consideran valiosos para dichos sitios web?

Todas estas preguntas las escribirás y publicarás en tu blog

Finalmente, en el salón reflexionaremos entonces qué es un valor y el resultado de esta discusión la escribirás en tu blog.

Sitios Web

Tienes que seleccionar uno de cada uno de estos dos grupos

Grupo 1

<http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html>

<http://www.tvazteca.com/index.html>

<http://www2.esmas.com/>

<http://www.nytimes.com/>

<http://www.cc.org.mx/>

<http://www.votocatolico.com/>

Grupo 2

<http://wearethe99percent.tumblr.com/>

<http://www.taringa.net/>

<http://alt1040.com/>

<http://www.reddit.com/>

<http://digg.com/>

<http://technorati.com/>

visites, las siguientes

El poder es la capacidad relacional para imponer la voluntad de un actor sobre la de otro sobre la base de la c apacidad estructural de dominación integrada en las instituciones de la sociedad.

El poder es el proceso fundamental de la sociedad, puesto que èsta se define en torno a valores e instituciones, y lo que se valora e institucionaliza está definido por relaciones de poder.

El poder se ejerce mediante la coacción ( o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la cosntrtucción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones.

La conexión y la programación de las redes globales son las formas de ejercitar el poder en nuestra red global. La conexión la realizan los enlaces; la programación, los programadores. Quién es enlace y quién programador depende de cada red y no puede determinarse sin estudiar cada caso concreto.

Los medios concretos de conexión y programación determinan en gran medida las formas de poder y contrapoder en la sociedad red.

La conexión de diferentes redes requiere la capacidad para construir un interfaz cultural organizativo, un idioma común, un medio común, el apoyo de un valor universalmente aceptado: el valor de cambio.

La programación de las redes: posibilidad de generar, difundir y poner en práctica los discursos que enmarcan la acción humana… los discursos en nuestra sociedad moldean la mente a través de una tecnología concreta: las redes de comunicación que organizan la comunicación socializada. Puesto que la mente pública – es decir, el conjunto de valores y marcos que tienen una gran visibilidad en la sociedad – es en último término lo que influye en el comportamiento individual y colectivo, la programación de las redes de comunicación es la fuente decisiva de los materiales culturales que alimentan los objetivos programados de cualquier otra red.

Por otra parte, como las redes de comunicación conectan lo local y lo global, los códigos que se difunden en estas redes tienen un alcance global.

Los proyectos alternativos y los valores que plantean los actores sociales para reprogramar la sociedad también deben pasar por las redes de comunicación a fin de transformar la conciencia y las opiniones de la gente para desafiar a los poderes existentes.

En la sociedad red, los discursos se generan, difunden, debaten, internalizan y finalmente incorporan en la acción humana, en el ámbito de la comunicación socializada construido en torno a las redes locales-globales de la comunicación digital multimodal, incluyendo los medios de comunicación e Internet. El poder en la sociedad red es el poder de la comunicación.

Valor es lo que las instituciones dominantes de la sociedad deciden que sea.

La sociedad red es una estructura social multidimensioanl en la que redes de diferentes clases tienen distintas lógicas para crear valor. La definición de lo que constituye valor depende de la especificidad de la red y de su programa.

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.

El valor es, de hecho, una expresión del poder: quien ostenta el poder (que a menudo no es quien goberna) decide lo que es valioso.

La antigua pregunta de la sociedad industrial, en realidad la piedra angular de la economía política clásica, a saber, “¿qué es valor?” no tiene una respuesta definida en la sociedad red global. Valor es lo que se procesa en cada red dominante en cada momento, en cada lugar, de acuerdo con la jerarquía programada en la red por los que actúan en ella. El capitalismo no ha desaparecido. En realidad está más presente que nunca. Pero no es – contra la èrcepción ideológica típica – lo único que se cuece en la aldea global.

Las estructuras sociales, como la sociedad red, se originan a partir de procesos de producción y apropiación de valor. ¿Pero qué constituye valor en la sociedad red? ¿Qué mueve el sistema de producción? ¿Qué motiva a quiénes se apropian del valor y controlan la sociedad?

Estructura social son aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura.

"Formas básicas de actividad social que siguen la mayoría de los miembros de una determinada sociedad. Las instituciones suponen normas y valores a los cuales se ajustan gran

cantidad de individuos, y todas las formas institucionalizadas de conducta se encuentran

protegidas por fuertes sanciones. Las instituciones forman la «base» de toda sociedad,

ya que representan maneras relativamente fijas de comportamiento que perduran en el

tiempo." (Giddens, 2001, pág. 781-782)

Technorati, una especie de "primera plana" de noticias que el usuario elige. Aquì videos que lo explica (en inglès) http://www.youtube.com/watch?v=Sh4ofQjtocg&feature=related

Definiciòn en Wikipedia http://en.wikipedia.org/wiki/Technorati

Sitio: http://technorati.com/

Digg. Se define como una red social de noticias. Aquì la definiciòn 8en inglès) http://en.wikipedia.org/wiki/Digg

Este video explica còmo funciona Digg http://www.youtube.com/watch?v=V5fpvtYkgyE&feature=related

http://digg.com/

Existe otros sitios de este tipo como ReDdit: http://en.wikipedia.org/wiki/Reddit Y dELICIOUS http://en.wikipedia.org/wiki/Delicious\_(website)

Cabe aclarar, por ejemplo, que Reddit se asume como "la primera plana de Internet" y que segùn el medidor de tràfico de sitios Web Alexa (citado por wikipedia) Reddit era el sitio en el lugar 119 con mayor nùmero de visitas en el mundo.Tan sòlo en Estados Unidos està en el nùmero 45 La referencia puede leerse aquì (http://www.alexa.com/search?q=http%3A%2F%2Fwww.reddit.com%2F&r=home\_home&p=bigtop)

Castells, M. (2009). Comunicación y poder, capítulo 1 El poder en la sociedad red ¿Qué es el poder?